

Jussi-Pekka Luoma

Projektinhallinta ja Microsoft Dynamics CRM

Opinnäytetyö

Syksy 2011

Tekniikan yksikkö

Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Tekniikan yksikkö

Koulutusohjelma: Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma

Suuntautumisvaihtoehto: Verkkoliiketoiminta

Tekijä: Jussi-Pekka Luoma

Työn nimi: Projektinhallinta ja Microsoft Dynamics CRM

Ohjaaja: Markku Lahti

Vuosi: 2011

Sivumäärä: 41

Liitteiden lukumäärä:0

Asiakkuudenhallintaohjelmistot ovat yleistymässä useiden eri yritysten käytössä. Microsoft Dynamics CRM on Microsoft-tuoteperheen oma asiakkuudenhallintaohjelma. Ohjelmisto on yksi tämän hetken suosituimmista asiakkuudenhallintaohjelmistoista.

Anvia – IT Oy toimii opinnäytetyön toimeksiantajana. Yritys on ohjelmistoyritys, jolla on toimipisteet Helsingissä, Tampereella, Vaasassa, Turussa, Kokkolassa ja Seinäjoella. Opinnäytetyön tekijä on suorittanut työharjoittelun Seinäjoen toimipisteessä.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on toteuttaa projektinhallintamoduuli toimivaksi osaksi Microsoft Dynamics CRM 2011 -ohjelmistoa. Työssä käydään läpi projektin- ja asiakkuudenhallinnan keskeisimmät asiat sekä tutustutaan Microsoft Dynamics CRM -ohjelmistoon tarkemmin.

Opinnäytetyön tarkoitus on toimia havainnollistamisvälineenä Anvia – IT:n työntekijöille mahdollisissa asiakastapaamisissa.

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: School of Technology

Degree programme: Business Information Technology

Specialisation: Electric Business Development

Author: Jussi-Pekka Luoma

Title of thesis: Project Management and Microsoft Dynamics CRM

Supervisor: Markku Lahti

Year: 2011

Number of pages: 41

Number of appendices: 0

CRM software is used frequently in several businesses. Microsoft Dynamics CRM is a part of Microsoft's own customer relationship management software. The software is one of the most popular customer relationship management software at the moment. The thesis deals with the main topics of project management and customer relationship management. The thesis also introduces the Microsoft Dynamics CRM software in more detail.

The thesis was commissioned by Anvia – IT Oy. The company is a software company which operates in Helsinki, Tampere, Vaasa, Turku, Kokkola and Seinäjoki. The aim of this thesis was to implement a project management module to work as a part of the Microsoft Dynamics CRM 2011 software. Another aim was to serve as visualization of project management module in Microsoft Dynamics CRM for Anvia - IT's employees in client meetings.

The outcome of the thesis was successful and a working project management module in the Microsoft Dynamics CRM 2011 was created.

Keywords: customer relationship management, project management, Microsoft Dynamics CRM, CRM

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract.....	3
SISÄLTÖ	4
Kuvio- ja taulukkuuettelo.....	6
Käytetyt termit ja lyhenteet	7
1 JOHDANTO	9
1.1 Työn tausta	9
1.2 Työn tavoite	9
1.3 Työn rakenne	10
2 PROJEKTIHALLINTA.....	11
2.1 Mitä on projektinhallinta?	11
2.2 Projektin läpivienti	12
2.3 Riskit projektissa	12
2.4 Sidosryhmät	13
2.5 Projektin päättäminen	13
3 ASIAKKUUDENHALLINTA	15
3.1 Asiakkuudenhallinnan historia.....	15
3.2 Internetin vaikutus asiakkuudenhallintaan.....	15
3.3 Mitä on asiakkuudenhallinta?	16
3.4 Asiakkuuksien elinkaari.....	17
3.4.1 Asiakkuuksien hankinta	18
3.4.2 Asiakkuuksien haltuunotto	19
3.4.3 Asiakkuuksien kehittäminen.....	19
3.4.4 Asiakkuuksien säilyttäminen	19
4 MICROSOFT DYNAMICS CRM.....	21
4.1 Taustaa	21
4.2 Microsoft Dynamics CRM järjestelmänä	22

4.3 Käyttöliittymä.....	24
4.4 Lomakkeet	25
4.5 Datan hallinta	26
4.6 Raportit	27
4.6.1 Report Wizard.....	28
4.6.2 Itse suunnitellut raportit.....	29
5 PROJEKTIHALLINNAN TOTEUTUS.....	30
5.1 Taustaa	30
5.2 Opinnäytetyö.....	30
5.2.1 Suunnittelu ja toteutus	30
5.3 Toimiva projektinhallinta osana asiakkuudenhallintaa.....	31
5.3.1 Projektin seuranta	32
5.3.2 Työajan seuranta	33
5.3.3 Tiedot projektista.....	34
5.3.4 Riskit	36
5.3.5 Projektitapahtumat ja vaiheet.....	37
5.3.6 Raportit	38
6 JOHTOPÄÄTÖKSET	40
LÄHTEET	41

Kuvio- ja taulukkoluetelo

Kuvio 1. Asiakkuuden arvo	18
Kuvio 2. Käyttöliittymät.....	24
Kuvio 3. Aloitusnäyttö	25
Kuvio 4. Asiakaslomake	26
Kuvio 5. DataMapping.....	27
Kuvio 6. Raportti Report Wizardilla	28
Kuvio 7. Microsoft Visual Studio.....	29
Kuvio 8. Käsitekartta	31
Kuvio 9. Asiakkuudenhallintaketju.....	31
Kuvio 10. Projektin luominen.....	32
Kuvio 11. Koontinäyttö	33
Kuvio 12. Työaikakirjaus	34
Kuvio 13. Projektilomake	35
Kuvio 14. Riskilomake.....	36
Kuvio 15. Projektitapahtumat ja vaiheet –lomake	38
Kuvio 16. Tilanneraportti	39

Käytetyt termit ja lyhenteet

CRM	Customer Relationship Management, asiakkuudenhallinta
SQL	Structured Query Language, kyselykieli jolla voi tehdä erilaisia kyselyitä tietokantaan
XML	eXtensible Markup Language, merkintäkieli
MS CRM	Microsoft Dynamics CRM, asiakkuudenhallintaohjelmisto
MBS	Microsoft Business Solutions

1 JOHDANTO

1.1 Työn tausta

Asiakkuudenhallintaohjelmistot ovat yleistyneet huomattavasti keskisuurten yritysten arjessa. Yritykset investoivat paljon rahaa joka vuosi näihin ohjelmistoihin, kuitenkin ymmärtämättä kaikkea sitä potentiaalia, mitä nämä kalliit ohjelmistot sisältävät.

Projektinhallinnan yhdistäminen asiakkuudenhallintaan antaa yrityksille uusia mahdollisuuksia tehdä tuottavaa ja nopeaa liiketoimintaa, käyttämättä siihen liikaa yrityksen omia resursseja.

Tämän työn tekijä suoritti puolen vuoden mittaisen työharjoittelun Anvia - IT - ohjelmistoyrityksessä. Siellä oli mahdollisuus tutustua Microsoft Dynamics CRM 2011 -ohjelmistoon ja mahdollisuus tehdä opinnäytetyön kyseisestä ohjelmistosta.

1.2 Työn tavoite

Työn tavoitteena on luoda toimiva projektinhallintamoduuli osaksi asiakkuudenhallintaa. Anvia - IT:n henkilökunta käyttäisi valmista työtä havainnollistamisvälineenä esimerkiksi asiakastapaamisissa. Projektinhallintamoduulin tulisi olla helposti esitettävissä ja sen tulisi sopia mahdollisimman monen eri alan käyttöön. Jatkokehitystä varten projektinhallintamoduuli pitäisi jättää mahdollisimman helposti muokattavaan muotoon.

Opinnäytetyössä selvitetään, miten Microsoft Dynamics CRM -ohjelmistoa voi muokata monipuolisemmaksi sekä mitä yritykset tavoittelevat asiakkuuden- ja projektinhallinnalla. Lisäksi haetaan vastauksia seuraaviin kysymyksiin: Miksi yhdistää projektinhallinta asiakkuudenhallintaan, ja miten asiakkuudenhallinta on kehittynyt vuosien saatossa?

1.3 Työn rakenne

Luvussa 2 käydään läpi projektinhallintaan kuuluvat perusasiat, kuten mitä se on ja mitä sillä haetaan. Luvussa 3 kerrotaan asiakkuudenhallinnasta, aina sen historiasta asiakkuuksien säilyttämiseen. Microsoft Dynamics CRM:ää ja sen tärkeimpiä toimintoja käydään läpi luvussa 4. Luvussa 5 tutustutaan projektinhallintamoduulin toteuttamiseen.

2 PROJEKTIINHALLINTA

2.1 Mitä on projektinhallinta?

Projektinhallinta tarkoittaa nimensä mukaisesti projektin hallitsemista. Projektinhallinnalla projekti viedään läpi resursseja tarkastelemalla. Resursseihin kuuluu mm. henkilöstö, riskit, raha, koneet ja materiaali. Projektinhallinnan avulla voidaan suorittaa projekti noudattamalla sovittua aikataulua ja budjettia. (Projektinhallinta [Viitattu 23.11.2011].)

Projektityö kattaa seuraavat käsitteet:

- projektin aloitus
- projektisuunnitelman laatiminen
- projektin läpivieminen
- projektin valvominen
- projektin päättäminen. (Projektinhallinta [Viitattu 26.10.2011].)

Projektia varten perustetaan erillinen projektiryhmä, joka hoitaa projektin. Jokaisella projektilla on projektipäällikkö, joka varmistaa projektin etenemisen ja pitää eri osapuolet tietoisina projektin eri vaiheista ja niihin liittyvistä tavoitteista. Projektipäällikkö on myös aina vastuussa projektin onnistumisesta ja siihen liittyvien tavoitteiden saavuttamisesta. (Projektikäsikirja [Viitattu 26.10.2011].)

Projektipäällikön tehtäviä ovat:

- projektisuunnitelman laatiminen tai laatimisen ohjaaminen
- projektiryhmän työskentelyn käyntiin saattaminen ja ryhmän ohjaus
- toimeenpanon ja tehtävienannon johtaminen
- työn edistymisen valvonta

- projektiryhmän tiedottaminen ja koulutus
- dokumentoinnista ja arkistoinnista huolehtiminen
- loppuraportin laatiminen ja projektin päättäminen. (Projektinhallinta [Viitattu 26.10.2011].)

Projektinhallinta ja projektityö sopivat parhaiten sellaisille aloille, joissa työtehtäviä on useita suorittajia. Esimerkiksi ohjelmistotuotannossa yksi työntekijä vastaa sovelluksen ohjelmoinnin toteuttamisesta ja toinen grafiikasta.

2.2 Projektin läpivienti

Projektinhallinta antaa parhaat avaimet siihen, että projekti valmistuu sovitussa aikataulussa ja sovitun budjetin puitteissa. Ilman projektinhallintaa budjetissa ja aikatauluissa pysyminen voi vaikeutua, varsinkin jos projektiryhmä on suurempi kuin kolme henkilöä. Myös projektin tilaajaa eli asiakasta on helppo pitää projektiin liittyvissä asioista tietoisena. Asiakas tietää koko ajan tuleeko projekti valmistumaan ajoissa vai tarvitaanko lisääaikaa. (Projektikäsikirja [Viitattu 26.10.2011].)

Projektin läpivientiä voidaan helpottaa projektipalavereilla. Ne ovat tilaisuuksia, joissa käydään läpi projektin tila. Projektipalaveri osallistuvat kaikki projektiryhmään kuuluvat henkilöt. Palavereita olisi hyvä pitää jopa viikon välein, jotta projekti pysyisi hyvin kasassa ja sitä olisi helppo hallita. (Projektikäsikirja [Viitattu 26.10.2011].)

2.3 Riskit projektissa

Myös riskit on syytä käydä läpi projektia suunniteltaessa. Riskit on hyvä huomioida ja arvioida numeroilla vaikka yhdestä viiteen. Riskit on myös laitettava tärkeysjärjestykseen, jolloin niiden läpikäynti on selkeää ja järkevää. Riskit ja niiden mahdol-

liset julkitulemiset on syytä käydä läpi jokaisessa projektipalaverissa. (Projektikäsikirja [Viitattu 26.10.2011].)

Isoihin projekteihin tulee usein muutoksia matkan varrella. Niitä varten muutostenhallinta on oleellinen osa projektinhallintaa. Projektisuunnitelmaa laatiessa projektipäällikön tulee huomioida projektin kriittiset kohdat jättäen niihin toipumisvaraa, jottei koko projektin aikatauluttaminen mene uusiksi. (Projektikäsikirja [Viitattu 26.10.2011].)

2.4 Sidosryhmät

Yleensä projekteilla on tarvittavat ulkopuoliset sidosryhmät. Esimerkiksi ohjelmistoliiketoiminnassa ne ovat yrityksiä, jotka tilaavat erillisen sovelluksen. Yhteyshenkilöt tulee määritellä niin sidosryhmän puolelta kuin projektin suorittavan osapuolenkin puolelta. Yleensä yhteyshenkilö projektin suorittavan osapuolen puolella on projektipäällikkö. (Projektikäsikirja [Viitattu 26.10.2011].)

Sidosryhmiä tulee informoida säännöllisin väliajoin, jotta he tietäisivät miten projekti etenee. Dokumentit, joilla sidosryhmiä informoidaan, tulee kirjoittaa ymmärrettävällä kielellä. (Projektikäsikirja [Viitattu 26.10.2011].)

2.5 Projektin päättäminen

Projekti päätetään aina loppuraportilla. Loppuraportti laaditaan projektipäällikön ja projektiryhmän kesken. Loppuraportissa tulee olla projektin kuvaus ja yleisarvio projektille. Raportissa tulee olla myös jokaisen ryhmäläisen työmäärät ja heidän kokemukset menetelmistä, joita hyödynnettiin. Tärkeää on myös mainita yleiset mielipiteet tiloista, toimittajista ja työkaluista. Loppuraportissa voi olla myös asiak-

kaan arvio tuotteesta ja tuotetusta palvelusta. (Projektikäsikirja [Viitattu 26.10.2011].)

Loppuraportin avulla saadaan kattava kuva projektin menestyksestä sekä tärkeitä ohjeita tulevan varalle.

3 ASIAKKUUDENHALLINTA

3.1 Asiakkuudenhallinnan historia

Asiakkuudenhallinta eli CRM on käsite, joka tuli hyvin suosituksi 1990-luvulla. Se tarjosi pitkän aikavälin muutoksia ja etuja yrityksille, jotka päättivät käyttää sitä. Asiakkuudenhallinta antoi yrityksille uuden tavan olla vuorovaikutuksessa asiakkaidensa kanssa. Asiakkuudenhallinta todettiin erinomaiseksi pitkällä aikavälillä. Ne yritykset, jotka etsivät tuloksia lyhyellä aikavälillä, eivät hyötäneet suuresti. Yksityy tähän oli, että asiakkaita ja heidän ostokäyttäytymistään oli vaikea seurata tehokkaasti. (The history of CRM [Viitattu 26.10.2011].)

Vuosien kuluessa asiakkuudenhallintaan on tullut monia muutoksia, jotka ovat auttaneet sitä kehittymään. Nämä muutokset ovat auttaneet asiakkuudenhallintaa kasvamaan sellaiseksi, kuin sen kehittäjät alun perin visioivat sen olevan. (The history of CRM [Viitattu 26.10.2011].)

3.2 Internetin vaikutus asiakkuudenhallintaan

Internetin tulo on antanut erilaisen mahdollisuuden asiakassuhteiden rakentamiseen. Ennen kaikkea hakukoneet helpottavat asiakkaita löytämään kauppiaita, jotka myyvät palveluitaan Internetissä. Nämä kauppiat tarjoavat asiakkailleen virtaviivaisempia tapoja tilata ja vastaanottaa tuotteita ja palveluita. (Dyche 2007, 10.)

Internet yksinkertaistaa kaksisuuntaisen kommunikoinnin. Internetin mukaan tulo on mahdollistanut sen, että kuluttajat voivat välittää henkilökohtaisia tietojaan

kauppiaalle ilman välikäsiä. Mahdollisen asiakkaan tarvitsee vain lähettää tilaus Internetiä hyväksi käyttäen, jolloin tuotteella tai palvelulla on lyhyempi toimitusaika. Ennen Internetiä asiakkaat joutuivat selaamaan postimyyntikuvastoja, joissa tieto ei ollut reaaliaikaista. Internet on mahdollistanut sen, että asiakas pystyy selaamaan kauppiaan tuotteita ja palveluita reaaliaikaisesti. (Dyche 2007, 10.)

Internetin käyttäjät arvostavat sitä, että heidän ei tarvitse mennä ulos ostamaan haluamiaan tuotteita. Myös ostoprosessi on yksinkertaisempi, jolloin asiakastytyväisyys on jo lähestulkoon taattu. Internet tarjoaa asiakkailleen vaihtoehtoja, jotka eivät ole mahdollisia muiden jakelukanavien kautta. (Dyche 2007, 10.)

Vaihtoehdot, joita Internet tarjoaa:

- 24-tuntinen aukioloaika
- reaaliaikainen hinnoittelu
- online asiakastuki
- itsepalvelu
- henkilökohtainen sisältö (Dyche 2007, 10 – 11.)

Kaikki on siis paljon helpompaa, kun asiakkaan ei tarvitse enää nähdä vaivaa haluamansa tuotteen tai palvelun etsimiseen.

3.3 Mitä on asiakkuudenhallinta?

Asiakkuudenhallinnassa (CRM eli Customer Relationship Management) on kysymys asiakaslähtöisestä ajattelutavasta. Vielä muutama vuosikymmen sitten kaupanteko keskittyi siihen, että asiakkaalle saatiin myytyä mahdollisimman paljon tuotteita ja palveluita, välittämättä siitä kuka niitä osti. Asiakaslähtöisessä ajattelutavassa kuunnellaan asiakasta ja tuotetaan palveluita asiakkaan tarpeen mukaan. Tarkoituksena on tuottaa asiakkaalle lisäarvoa ja näin varmistaa yhteistyön jatkuvuus. (Dyche 2007, 3– 4.)

Nykyään yritykset haluavat ymmärtää asiakkaan tarpeita ennen kuin asiakas edes itse niitä tietää. Tällöin yritysten on helppo aloittaa kaupanteko. Tämä mahdollistaa sen, että kaupanteosta tulee henkilökohtaisempaa. Tällä tavoin yritykset ymmärtävät helpommin, mitkä asiakkaat kannattaa pitää ja mitkä voi päästää ”haavista” irti. Totuus on, että jokaiseen mahdollisuuteen ei kannata tuhata yrityksen energiaa ja resursseja. (Asiakaslähtöisyys [Viitattu 23.11.2011].)

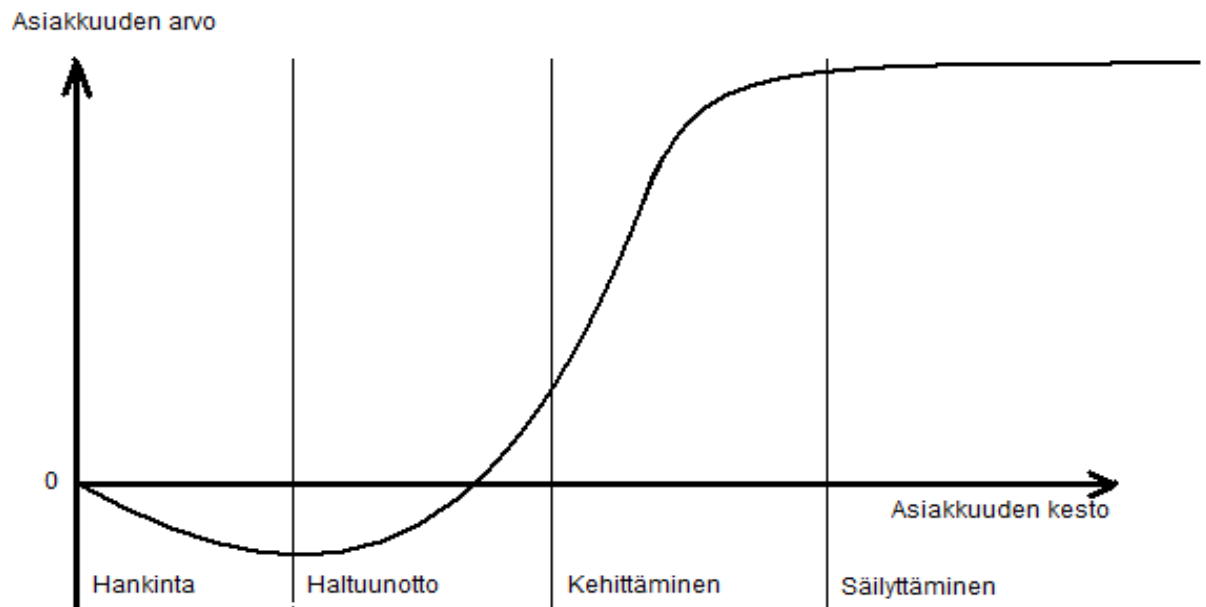
Asiakkuudenhallinta on siis yhtiönlajajuinen liiketoimintastrategia, joka on suunniteltu vähentämään kustannuksia ja lisäämään kannattavuutta. Tavoite on saada asiakastyytyväisyyttä ja uskollisuutta. CRM kokoaa tiedot kaikista tietolähteistä organisaation sisällä ja antaa yhden kokonaisvaltaisen näkemyksen kunkin asiakkaan tilanteesta. Tämä antaa mahdollisuuden myynnille, asiakastuelle ja markkinoinnille tehdä nopeita päätöksiä. (What is CRM? [Viitattu 26.10.2011].)

3.4 Asiakkuuksien elinkaari

Asiakkuudenhallinnan yksi keskeisimmästä tarkoituksesta on asiakkaan tarpeiden ymmärtäminen ja tunnistaminen. Yritys, jolla on paras suhde asiakkaisiinsa, pystyy parhaiten ennustamaan asiakkaiden ostokäyttäytymistä. Yritysten pitäisi tiedostaa, että pienikin panostaminen asiakkaisiin ja markkinointiin tuo yritykselle lisää kannattavuutta. (Mäntyneva 2001, 15-16.)

Asiakkuuden asteeseen ja syvyyteen vaikuttaa asiakkuuden vaihe sen elinkaarella. Asiakkuudenhallinnassa pyritään luomaan pitkäaikaisia asiakkuuksia, koska vuosia kestänyt asiakassuhde on kestävämpi kuin uusi. Asiakkuuden elämänkaari voidaan jakaa neljään vaiheeseen: asiakkuuden hankinta, haltuunotto, kehittäminen ja säilyttäminen. Asiakkuudenhallinnan tavoiteasettelua ja käytännön toteutusta suunniteltaessa on hyvä pitää mielessä, että jokaisella vaiheella on omat erityispiirteensä. (Mäntyneva 2001, 16-17.)

Kuviosta 1 näkyy, miten asiakkuuden arvo kasvaa asiakassuhteen keston myötä.



Kuvio 1. Asiakkuuden arvo

3.4.1 Asiakkuuksien hankinta

Pyrkimyksenä uuden asiakkuuden hankinnassa on suorittaa ensimmäinen kauppa mahdollisimman kannattavasti ja samalla luoda uusi asiakkuussuhde. Yritysten tulee muistaa, että jos uusi asiakkuus on hankittu tappiolla eikä asiakkuus ole pysyvä, tekee yritys tällöin tappiota. Myyntityöhön painottuvassa markkinoinnissa keskitytään usein erityisesti uusien asiakkuuksien hankintaan. Tämä on kuitenkin käytännössä huomattavasti kalliimpaa kuin jo ansaittujen asiakkuuksien säilyttäminen. Olennaista olisikin löytää toimiva suhde uusien asiakkuuksien hankinnan ja vanhojen asiakassuhteiden jalostamisen välille, jotta voitaisiin saavuttaa paras mahdollinen tulos. (Mäntyneva 2001, 19 - 20.)

3.4.2 Asiakkuuksien haltuunotto

Asiakkuuden haltuunotossa on tärkeää huomioida, että asiakkaiden prioriteetit vaihtelevat tuotteittain. Tämän vuoksi on tärkeää pyrkiä sovittamaan koko tuotetarjonta vastaamaan asiakkaiden tarpeita sen sijaan, että pyrittäisiin ottamaan asiakkaita haltuun lisäämällä ainoastaan yhden tuotteen myyntiä. Tuote- ja palveluntarjonnan tulisi vastata jo olemassa oleviin tarpeisiin. Asiakkuuden kestoon vaikuttaa myös se, miten paljon tuotteita asiakas on yritykseltä ostanut. Pitkäaikaisen asiakkuuden todennäköisyys kasvaa sitä mukaa, mitä enemmän eri tuoteryhmiä asiakas ostaa. Herkimmillään asiakassuhde on juuri asiakkuuden alkumetreillä. (Mäntyneva 2001, 20 - 21.)

3.4.3 Asiakkuuksien kehittäminen

Asiakkuuksien syventämiseksi voidaan luoda ryhmäkohtaisia suunnitelmia ja toimintamalleja. Tarkoituksena on lisätä yrityksen osuutta asiakkaan tekemistä kokonaisustoista. Asiakkuuteen liittyvät kannattavuus- ja volyymipotentiaali ovat hyviä lähtökohtia markkinoinnille. Kannattavuuspotentiaalia on nähtävissä erityisesti jo sitoutuneissa asiakassuhteissa. Jo olemassa olevasta asiakaskannasta voidaan tunnistaa merkittävää potentiaalia asiakassuhdemarkkinoinnin tehostamisella, paremmalla keskittymisellä asiakkaisiin sekä tehokkailla asiakkuuksien kehittämistoimenpiteillä. On havaittu, että yrityksen kannatus voi kasvaa huomattavasti jo sillä, että asiakkaiden menettäminen vähenee muutamalla prosentilla. Asiakkuudenhallinnan avulla yritykset pystyvät säilyttämään asiakkuussuhteensa sekä toteuttamaan kannattavaa asiakassuhdemarkkinointia. (Mäntyneva 2001, 21.)

3.4.4 Asiakkuuksien säilyttäminen

Asiakkuuksien säilyttämiseksi yritysten on tunnettava asiakkaansa läpikotaisin. Mallintamisen avulla voidaan saada selville ne asiakkaat, jotka todennäköisimmin ovat aikeissa vaihtaa yritystä ja täten lopettamassa asiakassuhdettaan. Asiak-

kuuksien säilyttämiseksi tehtäviä päätöksiä voidaan tehdä todennäköisyysmallinuksen ja asiakkaiden potentiaalin sekä taloudellisen kannattavuuden arvioimisen avulla. Laadittaessa markkinoinnille myynnin ja kannattavuuden tavoitteita voidaan hyödyntää yksittäisiin asiakkuuksiin liittyvää potentiaalia. Näiden tavoitteiden saavuttamiseksi on tärkeää ymmärtää asiakkaiden tarpeet. Asiakkuuksien säilytysohjelmaa suunniteltaessa yritysten tulisi miettiä, minkälaisia ovat ne asiakkaat jotka yritys haluaa säilyttää. Parhaiten yrityksen kriteerit täyttävät asiakkaat on helppo löytää asiakaskannan ostohistoriaan perehtymällä. Ongelmallista on sen sijaan löytää ne keinot, joiden avulla nämä parhaat asiakkaat saadaan pidettyä yrityksen asiakkaina edelleen. Asiakkaan ostokäyttäytymisen muutoksia seuraamalla voidaan havaita asiakkaan aikomus vaihtaa yritystä. Muutokset, kuten osoitteenmuutos, myynnin väheneminen tai valitukset voivat enteillä asiakkuuden menettämistä. Asiakkuudenhallinnassa tulisi pyrkiä pidentämään asiakkuuksien kestoa, sillä uskolliset asiakkaat kokeilevat usein uusia tuotteita sekä myös ostavat enemmän. (Mäntyneva 2001, 23-24.)

4 MICROSOFT DYNAMICS CRM

4.1 Taustaa

Yritykset käyttävät monenlaisia ohjelmistoja toimintojen ohjaamiseen ja suorittamiseen. On olemassa isoja asiakaskortistoja, jotka pitää olla helposti muokattavissa. On kattavia markkinointiprojekteja, joita on helpompi hallita tietyillä ohjelmistoilla. Tilausten hallinta ja laskutukset tarvitsevat omia sovelluksiaan. Kaikki nämä yllä mainitut asiat helpottavat yrityksen yhteydenpitoa ja näkyvyyttä asiakkaan näkökulmasta.

Yritykset jotka haluavat seurata ja hallinnoida omaa ja asiakkaidensa vuorovaikutuksia, ottavat usein käyttöön CRM ohjelmiston. CRM ohjelmistolla voi:

- saada 360 asteen näkymän asiakassuhteeseen
- automatisoida liiketoimintaprosesseja
- tuottaa asiakkaille lisäarvoa seuraamalla heidän vuorovaikutustaan yrityksen kanssa
- seurata tärkeitä lukuja, jotta johtajat voivat tehdä parempia ja tarkempia päätöksiä liiketoimintaan liittyen. (Snyder, Steger & Landers 2011,3.)

CRM-ohjelmistoja on ollut käytössä jo monen vuoden ajan. Usein ne on kuitenkin mielletty vaikeaksi käyttää. Microsoft Dynamics CRM on käytettävyydeltään käyttäjäystävällisempi kuin monet muut CRM-ohjelmistot, mutta silti se säilyttää teknisesti monipuolisen alustan. Microsoft Dynamics CRM toimii useampien yritysten käyttämien toimistosovellusten kanssa, joita ovat esimerkiksi Microsoft Outlook, Microsoft Word ja Microsoft Excel. Käyttäjien ei siis tarvitse aina opetella uutta oh-

jelmistotyyppiä, koska Microsoftin luomat toiminnot ja näkymät ovat suurimmalle osalle tuttuja. (Snyder, Steger & Landers 2011, 4.)

4.2 Microsoft Dynamics CRM järjestelmänä

Microsoft Business Solutions eli MBS julkaisi asiakkuudenhallintaohjelman (CRM) jo 2003. Nykyään MBS tunnetaan paremmin nimellä Dynamics. Microsoft Dynamics CRM on yksi nykypäivän kehitetuimmistä CRM-ohjelmistoista, varsinkin suorituskäytännön, arkkitehtuuriltaan ja yhteensopivuudeltaan eri tuotteiden kanssa. (Snyder, Steger & Landers 2011, 5-8.)

Microsoft Dynamics CRM on liiketoimintaohjelmisto, jonka avulla erikokoiset yritykset pystyvät seuraamaan, hallitsemaan ja raportoimaan liiketoiminta- ja asiakastapahtumia.

Ohjelmisto sisältää kolme päämoduulia:

- myynti
- markkinointi
- palvelu. (Snyder, Steger & Landers 2011, 5-8.)

Yritykset jotka tarvitsevat CRM-ohjelmistolta enemmän kuin myynnin, markkinoinnin ja palvelujen seurausta, pystyvät laajentamaan ohjelmistoa niin, että sillä voi seurata juuri sitä asiaa minkä yritys katsoo tärkeäksi. Joustavuuden ansiosta Microsoft Dynamics CRM voi tallentaa melkein kaikenlaista tietoa liittyen asiakkaisiin. Ohjelmistolla pystytään myös hallinnoimaan muun muassa yhteistyökumppaneiden, myyjien, tavarantoimittajien ja muiden yritykselle tärkeiden osapuolten tietoja. (Snyder, Steger & Landers 2011, 5-8.)

Microsoft Dynamics CRM käyttää hyväkseen Microsoftin omaa teknologiaa:

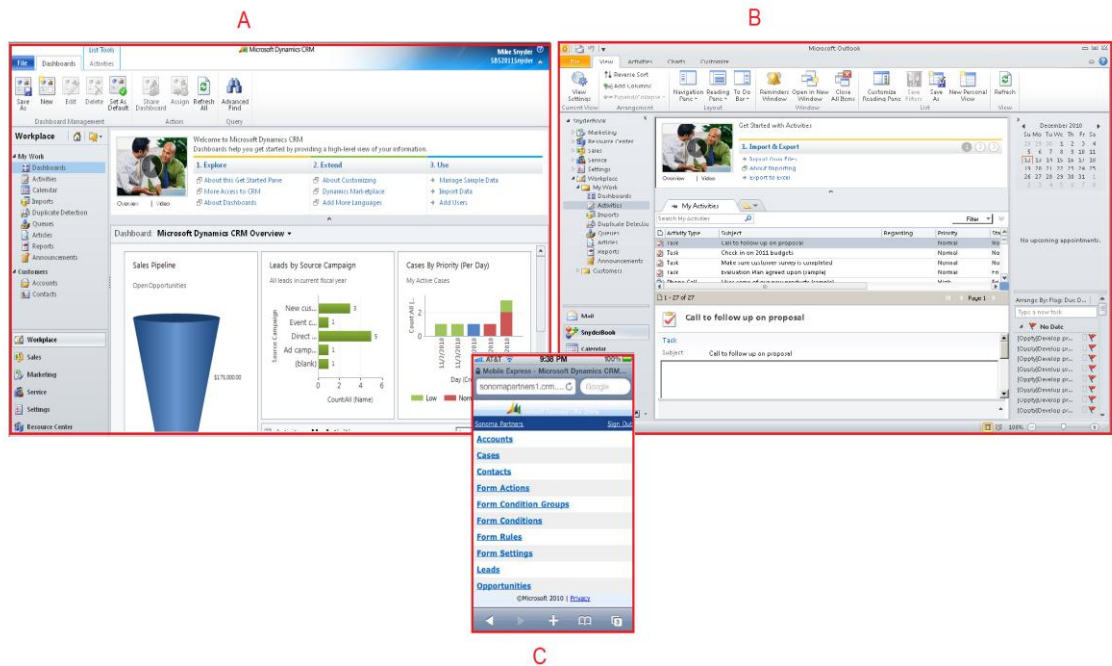
- Windows Server

- SQL Server
- Internet Information System
- Outlook
- Internet Explorer
- Net Framework. (Microsoft Dynamics CRM [Viitattu 26.10.2011].)

Microsoft Dynamics CRM on web-pohjainen sovellus, joka on rakennettu Microsoft .NET -teknologia-alustalle. Ohjelmiston käyttöön on kehitetty kolme vaihtoehtoa: Web-client -käyttöliittymä toimii Internet Explorer –selaimella. Toinen vaihtoehto on käyttää Microsoft Outlook –sähköpostiohjelmaa, mutta sitä ennen Outlookiin pitää asentaa Microsoft Dynamics CRM-lisäosa. (Snyder, Steger & Landers 2011, 5-8.)

Käyttäjät voivat käyttää lähes kaikkia Microsoft Dynamics CRM:n toiminnallisuuksia joko web-clientillä tai Outlookilla. Ohjelmiston Outlook-lisäosa mahdollistaa sähköpostien, tehtävien, yhteistietojen ja tapaamisten synkronoimisen suoraan Microsoft Dynamics CRM -järjestelmään. Ohjelmistoa voi käyttää myös matkapuhelimelle suunnitellulla Mobile Express -moduulilla. Mobile Express tarjoaa yksinkertaiset ja matkapuhelimelle suunnitellut sivut, jottei käyttö olisi raskasta. Tämä toiminnallisuus tarvitsee matkapuhelimeen langattoman verkkoyhteyden tai 3G-yhteyden. (Snyder, Steger & Landers 2011, 5-8.)

Kuvion 2 osiossa A sijaitsee Web–client-käyttöliittymä ja osiossa B Outlook-käyttöliittymä. Web–clientin ja Outlookin käyttöliittymät ovat melko samantyyllisiä kuin matkapuhelimen käyttöliittymä, joka sijaitsee kuvion osiossa C.



Kuvio 2. Käyttöliittymät

Microsoft Dynamics CRM on täysin integroitu asiakkuudenhallintaratkaisu. Sen avulla yritys voi luoda ja ylläpitää asiakastietoja selkeässä muodossa ensimmäisistä kontakteista aina myyntiin ja myynnin jälkeiseen tukeen asti. Microsoft Dynamics CRM on nopea, joustava ja edullinen ratkaisu, joka sisältää työkaluja yrityksen myynti-, markkinointi- ja asiakaspalveluprosessien tehostamiseen. Se myös integroituu Microsoft Office Outlookiin. (Snyder, Steger & Landers 2011, 5-8.)

4.3 Käyttöliittymä

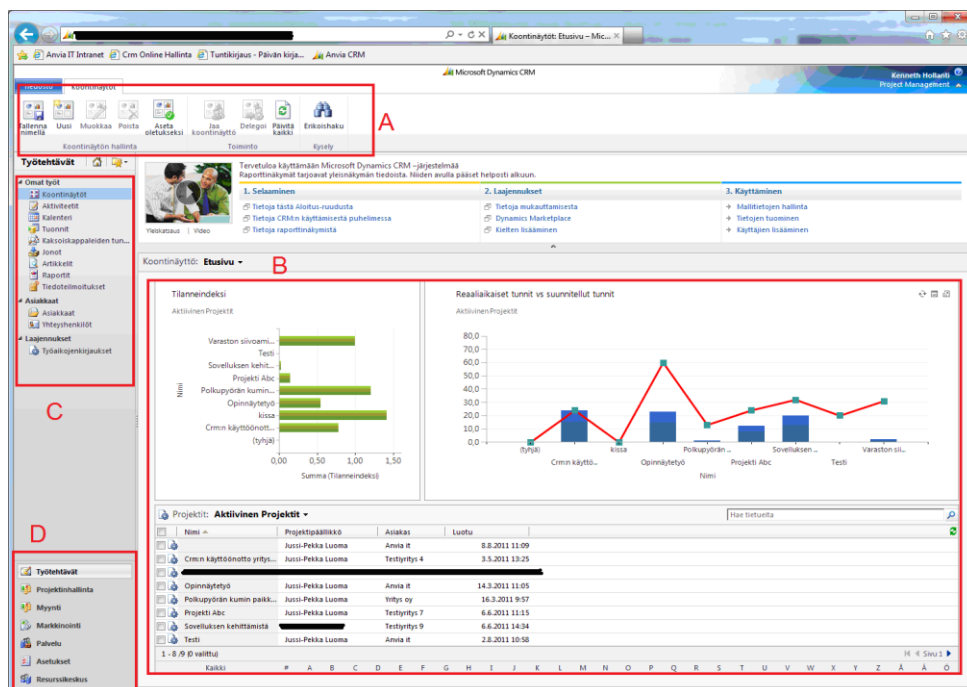
Ohjelmiston käyttöliittymä voi aluksi näyttää monimutkaiselta, mutta toiminnaltaan se on todella looginen. Käyttöliittymä toimii samalla periaatteella kuin Microsoftin muutkin ohjelmistot. Käyttöliittymä voidaan jakaa kolmeen pääkohtaan. (Snyder, Steger & Landers 2011, 19-20.)

Kuviossa 3 sijaitsevassa A osiossa on niin sanottu komentopaletti (ribbon), joka sijaitsee ohjelmiston ylälaudassa. Ribbonissa on pikapainikkeita, jotka helpottavat

ja nopeuttavat työskentelyä. Ribbonin painikkeet vaihtuvat aina sen mukaan mitä ohjelmistolla tehdään. (Snyder, Steger & Landers, 2011, 19-20.)

Osiossa B sijaitsee ruudukko, johon kaikki ohjelmistolla tarkasteltava data tulee.
(Snyder, Steger & Landers 2011, 19-20.)

Osiossa C sijaitsee painikkeet, jotka vaihtuvat tarkastellun datan mukaan. Osiossa D sijaitsee ruudukko, jossa on ohjelmiston pääpainikkeet. (Snyder, Steger & Landers 2011, 19-20.)



Kuvio 3. Aloitusnäyttö

4.4 Lomakkeet

Microsoft Dynamics CRM:n lomakkeilla hallinnoidaan järjestelmän dataa. Lomake aukeaa, kun haluttu tietue valitaan. Kuviossa 4 on esimerkki asiakaslomakkeesta. Asiakaslomakkeessa sijaitsee asiakkaan nimi, yhteyshenkilö, tärkeät kontaktitavat ja osoitteet. Lomakkeen osiossa A sijaitsee painikkeita, joilla pääsee kyseisen asi-

akkaan yhteyshenkilöihin, aktiviteetteihin, tarjouksiin, tilauksiin, laskuihin ja kaikkien muuhun oleelliseen tietoon. (Snyder, Steger & Landers 2011, 22-23.)

The screenshot shows the Microsoft Dynamics CRM interface in a Windows Internet Explorer browser. The top menu bar includes 'File', 'Account', 'Add', and 'Customize'. Below the menu is a toolbar with various icons for actions like 'Save', 'Save & Close', 'Deactivate', 'Add to Marketing List', 'Connect', 'Assign', 'Copy a Link', 'E-mail a Link', 'Run Workflow', 'Start Dialog', and 'Run Report'. The left sidebar contains a navigation pane with sections: 'Information' (General, Details, Contacts, Notes & Activities, Preferences), 'Related' (Common, Sales, Service, Marketing), and 'Accounts'. The 'Related' section is highlighted with a red box, and a red letter 'A' is placed next to it. The main content area displays the 'Account' form for a specific account. The form includes fields for 'Primary Contact', 'Preferred Method of Contact' (set to 'Any'), 'Owner' (a user icon), 'Credit Limit', and 'Annual Revenue'. Below these are sections for 'General' (Account Name, Primary Contact, Account Number, Parent Account, E-mail, Main Phone, Other Phone, Fax, Web Site) and 'Address' (Address Type, Address Name, Street 1, Street 2, Street 3, City, State/Province, ZIP/Postal Code, Country/Region, Phone). The status at the bottom is 'Active'. The browser's status bar at the bottom indicates 'Local intranet | Protected Mode: Off' and a zoom level of '100%'.

Kuvio 4. Asiakaslomake

4.5 Datat hallinta

Yleensä Microsoft Dynamics CRM:n käyttöön ottavilla yrityksillä on jo hallussaan massiivisen kokoisia asiakaskortistoja. Ohjelmistossa on toiminto, jolla käyttäjä voi ladata tuhansia datarivejä samanaikaisesti. Tämä toiminto on aikaa säästävää, koska tietoja ei tarvitse syöttää käsin lomakkeille. Käyttäjän täytyy vain muuttaa haluttu data tiettyyn muotoon Excel-lomaketta käyttäen ja sen jälkeen käyttää oh-

jelmiston Import Data Wizard -toimintoa. Import Data Wizardin avulla käyttäjä yhdistää Excel-lomakkeen datan ohjelmiston kanssa. Tällöin ohjelmisto muodostaa Data Map -tiedoston ja osaa yhdistää käyttäjän datan oikeisiin lokeroihin ohjelmistossa. Kuviossa 5 näkyy Data Map -tiedoston luonti. Osiossa A sijaitsee käyttäjän tiedot, jotka hän haluaa CRM-ohjelmistoon. Osiossa B taas sijaitsevat attribuutit, joista käyttäjä pystyy valitsemaan haluamansa alasvetovalikkoa käyttämällä. (Snyder, Steger & Landers 2011, 381-382.)

Import Data Wizard -- Webpage Dialog

Map Fields Help

Select the Microsoft Dynamics CRM record type and map each source field to a target Microsoft Dynamics CRM field. We suggest that you map all the required fields before you click Next.

✓ All the record types with fields have been successfully mapped.

CRM Record Types	Source Fields	CRM Fields
✓ Contact	Required Fields	
	Last	Last Name
	Optional Fields	
	City	Address 1: City
	E-mail	E-mail
	First	First Name
	State	Address 1: State/Province
	Street	Address 1: Street 1
	Type of Address	Address 1: Address Type (Op)
	Work Num	Business Phone
	Zip	Address 1: ZIP/Postal Code

Debug: [View MapXML](#) [Hide Debug Section](#)

Back Next Cancel

Kuvio 5. DataMapping

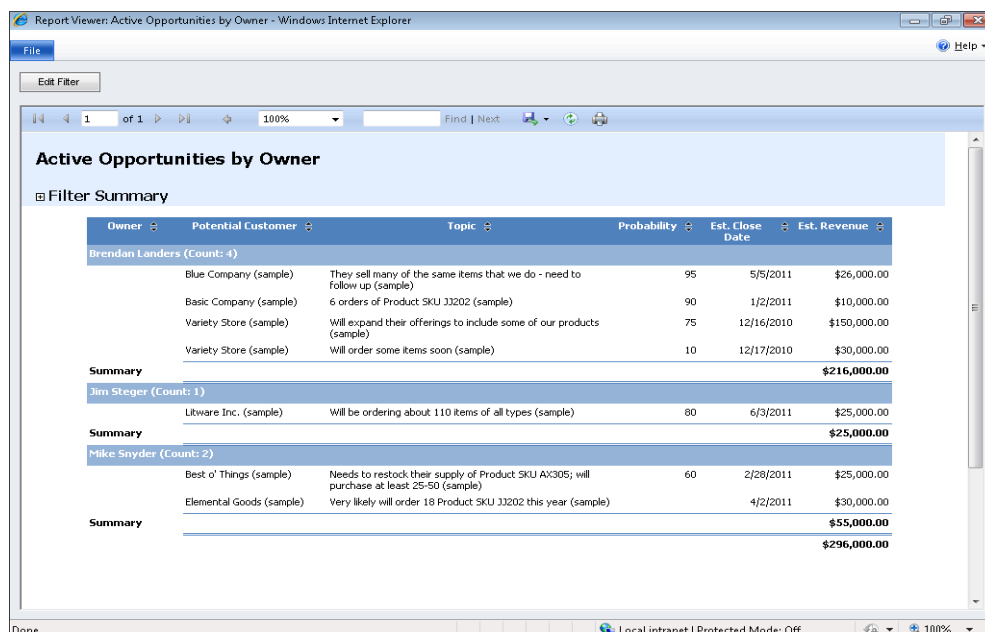
4.6 Raportit

Raportoinnissa on kysymys siitä, että käyttäjä pääsee helposti kontrolloimaan suurta määrää dataa, jota hänellä on Microsoft Dynamics CRM:ssä. Ohjelmisto

käyttää hyväkseen Microsoft SQL Server Reporting Services –tekniikkaa, jota käyttämällä ohjelmoijat voivat tehdä monipuolisia raportteja. Suurin osa käyttäjistä on kuitenkin niin sanottuja normaaleja käyttäjiä, joita varten Microsoft on laittanut ohjelmistoon Report Wizard -toiminnon. (Snyder, Steger & Landers 2011, 319.)

4.6.1 Report Wizard

Report Wizard mahdollistaa käyttäjälle yksinkertaisten raporttien tekemisen. Report Wizard avustaa käyttäjää askel askeleelta oman raportin luomisessa. Kuviossa 6 näkyvä raportti on tehty Report Wizard -toiminnolla. Käyttäjä saa valita, mitä tietoa raporttiinsa haluaa. Esimerkkiraportissa on lueteltu käyttäjän mahdolliset kaupat. (Snyder, Steger & Landers 2011, 322.)



Active Opportunities by Owner

Filter Summary

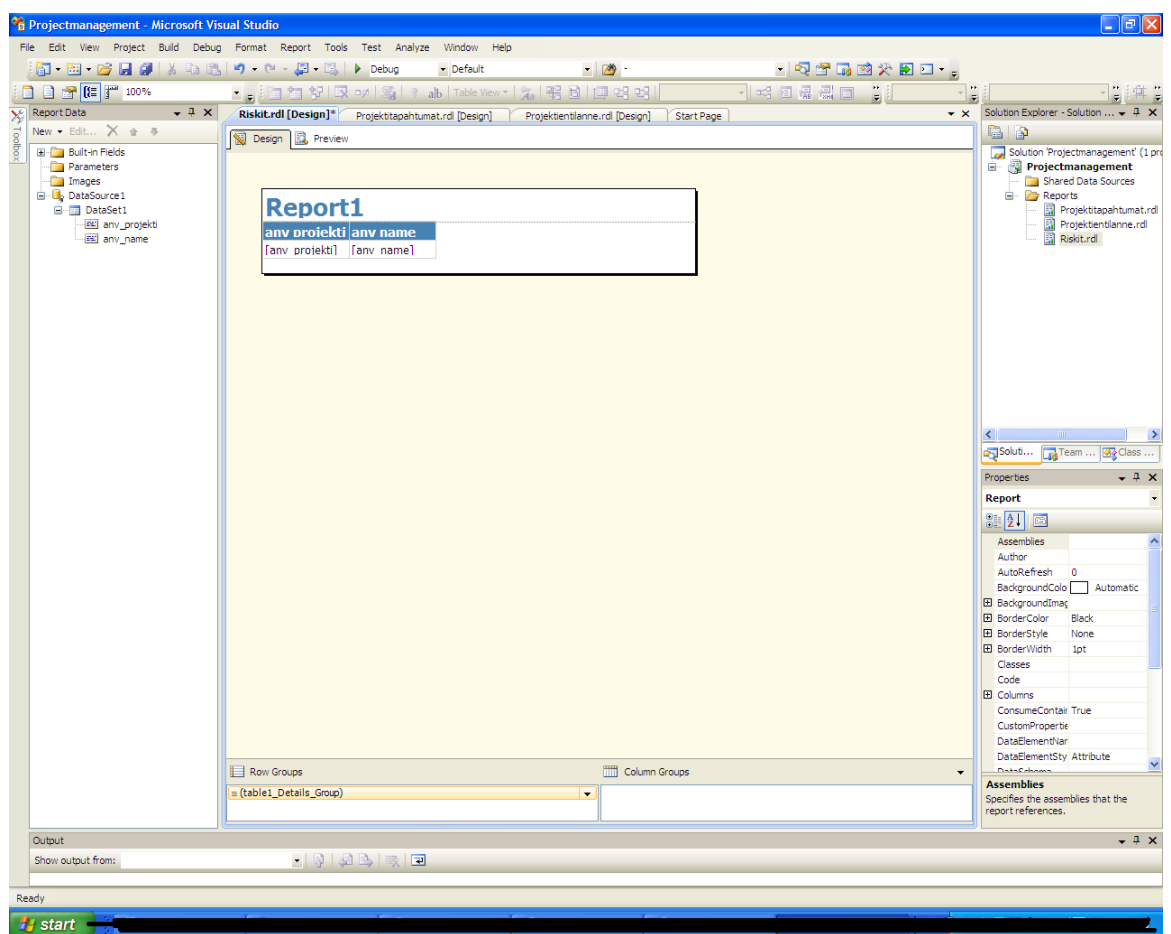
Owner	Potential Customer	Topic	Probability	Est. Close Date	Est. Revenue
Brendan Landers (Count: 4)					
	Blue Company (sample)	They sell many of the same items that we do - need to follow up (sample)	95	5/5/2011	\$26,000.00
	Basic Company (sample)	6 orders of Product SKU 33202 (sample)	90	1/2/2011	\$10,000.00
	Variety Store (sample)	Will expand their offerings to include some of our products (sample)	75	12/16/2010	\$150,000.00
	Variety Store (sample)	Will order some items soon (sample)	10	12/17/2010	\$30,000.00
Summary					\$216,000.00
Jim Steger (Count: 1)					
	Litware Inc. (sample)	Will be ordering about 110 items of all types (sample)	80	6/3/2011	\$25,000.00
Summary					\$25,000.00
Mike Snyder (Count: 2)					
	Best o' Things (sample)	Needs to restock their supply of Product SKU AX305; will purchase at least 25-50 (sample)	60	2/28/2011	\$25,000.00
	Elemental Goods (sample)	Very likely will order 18 Product SKU 33202 this year (sample)		4/2/2011	\$30,000.00
Summary					\$55,000.00
					\$296,000.00

Kuvio 6. Raportti Report Wizardilla

4.6.2 Itse suunnitellut raportit

Kustomoidut raportit tehdään SQL-kyselyitä käyttämällä. Tällöin raporteista saadaan juuri sellaiset, kuin käyttäjä haluaa, niin toimintojen osalta kuin visuaalisesti-kin. Kustomoituja raportteja kuitenkin tehdään yleensä tilaustyönä, koska toiminto tarvitsee useita lisäosia. (Create reports for Microsoft Dynamics CRM using SQL Server Reporting Services, [Viitattu 26.10.2011].)

Kuviossa 7 näkyy Microsoft Visual Studio, jolla kyseisiä raportteja tehdään. Jotta raportteja pystytään tekemään, pitää käyttäjän ottaa Visual Studiolla yhteyttä CRM:n tietokantaan.



Kuvio 7. Microsoft Visual Studio

5 PROJEKTIHALLINNAN TOTEUTUS

5.1 Taustaa

Opinnäytetyön tekijä suoritti työharjoittelun Anvia-IT -ohjelmistoyrityksessä, josta sai opinnäytetyölle idean. Anvia-IT:n yksi palvelu on tuottaa Microsoft Dynamics CRM -ohjelmistoratkaisuja. Asiakas voi hankkia sen kokonaan omaan laiteympäristöön tai hankkia sen lisensseineen Saas-palveluna. Saas on lyhenne sanoista ”Software as a Service”, mikä tarkoittaa, että ohjelmiston toimittaja toimittaa ja hallinnoi asiakkaan hankkimaa Microsoft Dynamics CRM -ratkaisua. Asiakas siis tavallaan vuokraa CRM:ää ja ainoastaan käyttää sitä.

5.2 Opinnäytetyö

Opinnäytetyön tarkoituksena on toimia havainnollistamisen välineenä, jota Anvia-IT:n myyntimiehet ja konsultit voivat käyttää hyväkseen asiakastapaamisissa.

Tarkoituksena on tehdä projektinhallintamoduuli Microsoft Dynamics CRM 2011 -versioon. Projektinhallintamoduulin tulee olla helposti muokattava ja yleispätevä kaikille eri aloille. Projektinhallintamoduuliin suunnitteluun ja tekemiseen annettiin vapaat kädet.

5.2.1 Suunnittelu ja toteutus

Opinnäytetyötä on lähdetty hahmottelemaan ja suunnittelemaan Xmind-sovelluksen avulla. Xmind on sovellus, jolla pystyy helposti tekemään käsitekartto-

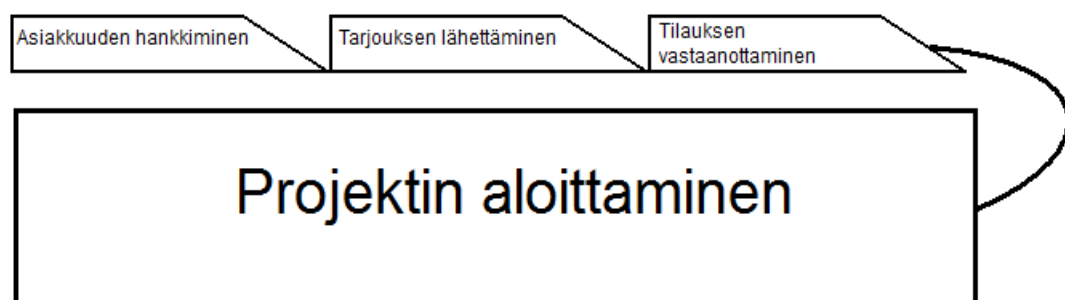
ja. Kuviossa 8 on käsitekartta, johon on otettu mukaan asiat, jotka on mahdollista luoda projektihallintamoduuliin.



Kuvio 8. Käsitekartta

5.3 Toimiva projektihallinta osana asiakkuudenhallintaa

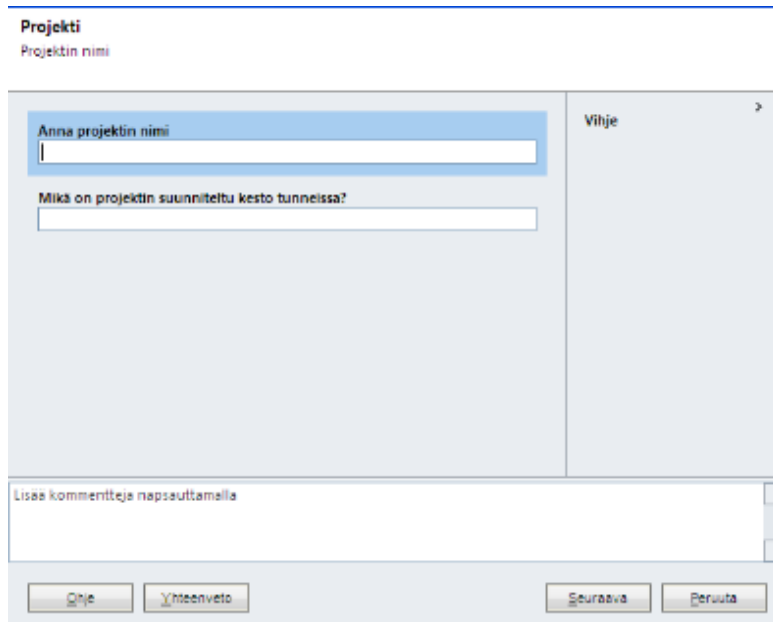
Opinnäytetyön päätarkoituksena on siis saada projektihallinta toimivaksi jatkoksi asiakkuudenhallintaketjua. Alla olevassa yksinkertaistetussa kuviossa 9 havainnollistetaan, miten asiakkuudenhallinta on kehittynyt opinnäytetyön ansiosta.



Kuvio 9. Asiakkuudenhallintaketju

Kun tilaus on niin sanotusti voitettu, kysyy ohjelmisto käyttäjältä haluaako hän käynnistää projektin. Se on yksinkertainen toiminto, johon tulee kirjoittaa perusasioita projektista. Tässä tapauksessa ohjelmisto kysyy projektin nimeä ja suunnitel-

tua kestoa tunneissa. Kun käyttäjä on syöttänyt tiedot, luo ohjelmisto uuden projektin, joka sisältää valmiiksi tiedot projektin tilanneesta asiakkaasta.

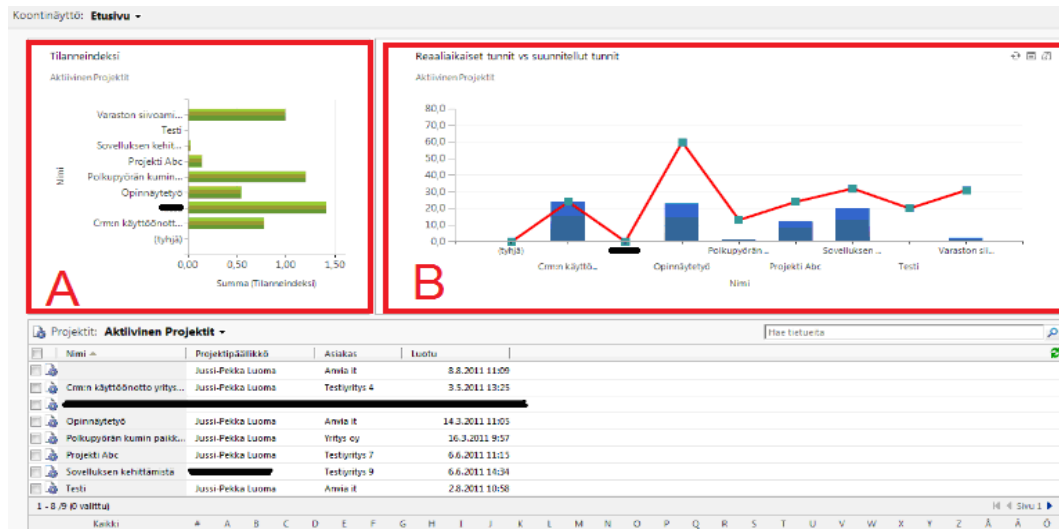


Kuvio 10. Projektin luominen

Projekteja voidaan luoda myös ilman tilauksia, koska yleensä yrityksillä on sisäisiä hankkeita ja projekteja, joihin ei ole erillistä asiakasta tai tilaaja.

5.3.1 Projektin seuranta

Projektin seuranta on suunniteltu niin, että käyttäjä saa mahdollisimman paljon hyötyä pienellä vaivalla. Käyttäjän lisäämät projektit on lisätty luettelomaisesti koontinäytölle. Koontinäyttö on ohjelmiston etusivu, jota käyttäjä pystyy muokkaamaan. Luettelossa esiintyy projektin nimi, projektipäällikkö, asiakas ja päivämäärä, jolloin projekti on luotu. Koontinäytössä ilmenee myös kaksi kaaviota. Koontinäytön kaavioita pystyy luomaan valitsemalla datan, jota ohjelmisto ottaa esitettäväksi. Ensimmäinen kaavio ilmoittaa tilanneindeksin ja toinen kaavio ilmoittaa projektiin käytetyt tunnit sekä suunnitellut tunnit.



Kuvio 11. Koontinäyttö

Kuviossa 11 osio A:n tilaindeksin tiedot tulevat Projekti-lomakkeelta, kun taas tuntikaavion tiedot tulevat projektilomakkeelta sekä työaikakirjauslomakkeelta. Osiossa B kaavio on saatu näyttämään tietoja kahdelta eri lomakkeelta. Tätä varten ohjelmistosta saa ladattua kaavioiden XML-tiedostoja, joita pystyy muuttamaan. Tällä tavoin saadaan tuntikaavio käyttäytymään halutulla tavalla. Punainen viiva osoittaa projektin suunnitellut tunnit, kun taas sininen palkki osoittaa reaaliaikaisesti projektiin käytetyt tunnit.

5.3.2 Työajan seuranta

Työajan seuranta liittyy projektin seurantaan oleellisesti, koska kaikilla projekteilla on sovitut tuntimäärät. Työaikakirjauksia tekemällä saadaan tarkka kuva siitä, montako tuntia työntekijät tekevät tiettyä projektia. Myös työaikakirjauksissa tulee ilmetä se, onko työ laskutettavaa vai ei.

Kuvio 12. Työaikakirjaus

Työaikakirjauslomakkeella keskeisiä tietoja ovat työn nimi ja tieto siitä, mihin projektiin työ kuuluu. Myös työn lisääjä ja työntekijä tulee ilmoittaa. Työntekijä tulee ilmoittaa siksi, että kaikilla työntekijöillä ei mahdollisesti ole oikeuksia käyttää Microsoft Dynamics CRM:ää. Työaika ilmoitetaan desimaaliluvuin, jolloin saadaan helposti vertailtavaa dataa raportteja varten.

5.3.3 Tiedot projektista

Projektilomake on projektinhallinnan seuraamisen kannalta tärkein lomake. Projektilomakkeella näkyvät kaikki tärkeät tiedot projektista. Kuviossa 13 kohdassa A sijaitsee kaikki kyseiseen projektiin tehdyt työaikojen kirjaukset.

Tiedot

- Yleiset
- Työaikojenkirjaukset
- Projektin tiedot
- Projektin resurssit
- Muistiinpanot

Liittyvä

- Yhteiset
 - Aktiviteetit
 - Suljetut aktiviteetit
 - Yhteydet
 - Seurantahistoria
 - Työaikojenkirjaukset
 - Riskit
 - Projektitapahtumat ja v...
- Prosessit
 - Työnkulut
 - Dialogi-istunnot

Projekti
Opinnäytetyö

Yleiset

Nimi * Asiakas

Projektipäällikkö * Yhteyshenkilö (asiakas)

Projektin kuvaus

Vaihe

Työaikojenkirjaukset

Projekti	Omistaja	Nimi
<input type="checkbox"/> Opinnäytetyö	Jussi-Pekka Luoma	Opinnäytetyön valmistaminen
<input type="checkbox"/> Opinnäytetyö	Jussi-Pekka Luoma	Suunnittelua
<input type="checkbox"/> Opinnäytetyö	Jussi-Pekka Luoma	Testi
<input type="checkbox"/> Opinnäytetyö	Jussi-Pekka Luoma	Testiä

1 - 4 / 4 (0 valittu) Sivu 1

Projektin tiedot

Suunniteltu aloitus Suunniteltu lopetus

Todellinen aloitus Todellinen lopetus

Suunniteltu projektin kesto (tunneissa)

Projektin resurssit

Suunniteltu suoritus (Pv)	<input type="text" value="60,00"/>	Suoritusindeksi	<input type="text" value="0,33"/>
Todellinen suoritus (Pv)	<input type="text" value="20,00"/>	Kustannusindeksi	<input type="text" value="0,60"/>
Suunnitellut kustannukset	<input type="text" value="20,00"/>	Tilanneindeksi	<input type="text" value="0,55"/>
Todelliset kustannukset	<input type="text" value="12,00"/>		

Muistiinpanot

Tila **Aktiivinen**

Kuvio 13. Projektilomake

Projektin etenemisestä saadaan tieto myös osiosta B, jossa on suoritusindeksi, kustannusindeksi sekä tilanneindeksi. Nämä indeksit saavat arvonsa eri kentiltä, joita ovat suunniteltu suoritus, todellinen suoritus, suunnitellut kustannukset ja todelliset kustannukset. Lomakkeelle pystyy lisäämään Java-koodia, jonka avulla saadaan käyttöön käyttäjää helpottavaa automatisointia. Lomakkeelle on lisätty koodiosuus, joka laskee automaattisesti suoritus-, kustannus- ja tilanneindeksin.

1. Suoritusindeksi = todellinen suoritus / suunniteltu suoritus.
2. Kustannusindeksi = todelliset kustannukset / suunnitellut kustannukset.

3. Tilanneindeksi = suoritusindeksi / kustannusindeksi.

Muistiinpanovälilehti on suunniteltu niin sanotusti muistiinpanoja varten. Se on myös hyödyllinen silloin, kun halutaan pitää tiedossa projektin työntekijöiden nimet.

Projektilomakkeella on projektille tärkeät tiedot, kuten projektipäällikkö, asiakas ja yhteyshenkilö. Myös tiedot projektin aloituksesta ja lopetuksesta voidaan merkitä ylös lomakkeelle.

Projektin vaihe voidaan valita alasvetovalikosta. Valikosta on mahdollista valita projektin vaiheeksi joku seuraavista: määrittely, suunnittelu, työstäminen tai päättäminen.

5.3.4 Riskit

Kaikilla projekteilla on omat riskinsä. Riskit on tärkeä tunnistaa etukäteen, jolloin niitä voidaan kiertää. Projektinhallintaan tehtiin riskiosio, johon käyttäjä voi lisätä mahdolliset riskit projektiin liittyen.

Kuvio 14. Riskilomake

Riskilomakkeella on kaikki tarvittavat tiedot riskistä. Riskin todennäköisyys merkaataan alasvetovalikosta numeroilla yhdestä viiteen. Myös riskin mahdollinen syy valitaan alasvetovalikosta. Tapahtuman seuraus -osioon käyttäjä voi lisätä omin sanoin, mitä seurauksia kyseisellä riskillä olisi toteutuessaan. Seuraavassa luettelossa on kirjattu riskit joista käyttäjä voi valita:

- henkilöstöstä johtuvat riskit
- aikataululliset riskit
- kustannusriskit
- sopimukseen liittyvät riskit
- ympäristöriskit.

5.3.5 Projektitapahtumat ja vaiheet

Projektitapahtumat ja vaiheet -lomakkeella käyttäjä voi lisätä projektiin liittyviä tapahtumia ja vaiheita. Ideana on, että lomakkeelta näkisi helposti, mitä eri vaiheita ja aktiviteetteja tietyt projektit sisältävät. Projektitapahtumat ja vaiheet -lomake antaa siis yksityiskohtaista tietoa projektiin liittyvistä asioista, kuten tapahtumien kestosta ja prioriteetista.

Projektitapahtumat ja vaiheet
Raportin kirjoittaminen

Yleiset

Aihe * Raportin kirjoittaminen

Prioriteetti Normaali

Todellinen aloitus 8.6.2011 8:00

Kesto tunneissa 50,0

Lisätietoa

Totetuttaja * Jussi-Pekka Luoma

Projektin Opinnäytetyö

Todellinen lopetus

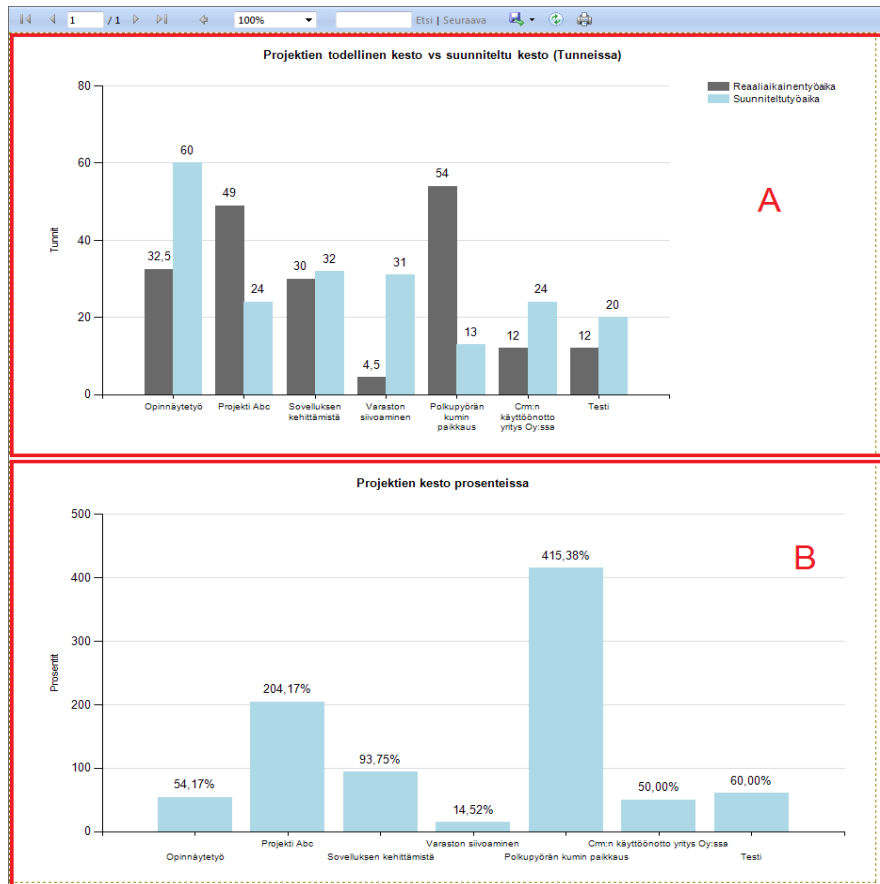
Muistiinpanot

Aktiviteetin tila Avoin

Kuvio 15. Projektitapahtumat ja vaiheet –lomake

5.3.6 Raportit

Kaikkia edellä mainittuja tietoja voidaan käyttää hyödyksi raporteilla, joita luodaan käyttäjille Microsoft Dynamics CRM -ohjelmistoon. Yhdelle raportille voidaan koota kaikki tärkeimmät tiedot projekteista ja niihin kuuluvista asioista. Raportti suunniteltiin siten, että siihen sisältyy projektipäällikköä helpottavia asioita, kuten esimerkiksi projektin tilanne prosenteissa. Tuolloin sovelluksen käyttäjä saa helposti tilannekatsauksen eikä hänen tarvitse kaivaa tietoa lomakkeilta. Täten hän saa yhdellä painalluksella tilanteen työkoneen ruudulle.



Kuvio 16. Tilanneraportti

Kuviossa 16 A-osiossa näkyy kaikkien projektien kesto tunneissa. Tummansiniset palkit näyttävät reaaliaikaista tietoa projektiin tehdyistä tunneista, kun taas vaaleansiniset palkit näyttävät projektin suunnitellut tunnit. Osiossa B nähdään kaikkien projektien kesto prosenteissa.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Projektinhallinnan yhdistäminen Microsoft Dynamics CRM:ään antaa yrityksille uusia ulottuvuuksia asiakkuudenhallintaan. Samalla se kasvattaa Microsoft Dynamics CRM:ää kokonaisuutena suuremmaksi. Jatkokehitystä ajatellen työ jätettiin sellaiseksi, että siitä on helppo muokata yksilöllisesti sitä haluaville asiakkaille. Raporttien kehittämisen tulee jatkua, koska niitä varten ohjelmiston käyttäjät syöttävät tietoa ohjelmistoon. Järjestelmän tulisi sisältää myös mahdolliset riski- ja tapahtumaraportit.

Projektinhallintamoduulin kehittäminen on ollut opinnäytetyön tekijälle erittäin opettavaa. Syvällinen tutustuminen ohjelmistoihin ja tekniikoihin on opettanut paljon, varsinkin Microsoft Dynamics CRM:n osalta. Opinnäytetyön tekeminen on ollut erittäin mielenkiintoista ja tekijä toivookin, että tulevaisuudessa saisi toteuttaa samantyyllisiä projekteja työelämässä.

Projektinhallintamoduuli on ollut heti sen valmistuttua vapaasti tiettyjen Anvia - IT:n työntekijöiden käytössä. Anvia – IT käyttää opinnäytetyötä havainnollistamisvälineenä asiakastilaisuuksissa.

LÄHTEET

Asiakaslähtöisyys. Talouselämä [WWW-Dokumentti] [Viitattu 23.11.2011] Saatavissa: <http://www.talouselama.fi/sivullinen/asiakaslahtoisuus+on+sydamen+asia/a169489>

Create reports for Microsoft Dynamics CRM using SQL Server Reporting Services. Microsoft. [WWW-Dokumentti] [Viitattu 26.10.2011] Saatavissa: <http://msdn.microsoft.com/en-us/library/gg328097.aspx>

Dyche 2007. The CRM Handbook. Addison-Wesley

Microsoft Dynamics CRM 2011. Msdn library. [WWW-Dokumentti] [Viitattu 23.11.2011] Saatavissa: <http://msdn.microsoft.com/en-us/library/hh237511.aspx>

Mäntyneva, 2001. Asiakkuudenhallinta. Helsinki: WSOY

Projekti käsikirja. Oulun Nuorkauppakamari Ry [WWW-Dokumentti] [Viitattu 26.10.2011] Saatavissa: <http://www.jcoulu.org/arkisto/QPM-kasikirja.pdf>

Projektinhallinta. Tietojärjestelmien suunnittelu. [WWW-Dokumentti] [Viitattu 26.10.2011] Saatavissa: http://www.cc.puv.fi/~tka/kurssit/Tietojarjestelmien_suunnittelu/1.htm

The history of CRM. Exforcys Inc [WWW-Dokumentti] [Viitattu 26.10.2011] Saatavissa: <http://www.exforsys.com/tutorials/crm/the-history-of-crm.html>

Snyder, Steger, Landers, 2011. Step By Step. Microsoft

What is CRM?. Destination CRM [WWW-Dokumentti] [Viitattu 26.10.2011] Saatavissa: <http://www.destinationcrm.com/Articles/CRM-News/Daily-News/What-Is-CRM-46033.aspx>